



- A.企业背景分析  
B.市场背景分析  
C.效果评估  
D.产品开发目标  
E.营销操作流程
- 6.产品包装策划中与产品要素相适应的包装策划思路是（ ）  
A.配套包装  
B.差别包装  
C.绿色包装  
D.透明包装
- 7.新产品价格策划中与渗透定价策略截然相反的方法是（ ）  
A.中间定价策略  
B.低价策略  
C.撇脂定价策略  
D.成本定价策略
- 8.物流管理战略的第二层次是（ ）  
A.全局性战略  
B.结构性战略  
C.功能性战略  
D.基础性战略
- 9.鼓励重复购买，刺激潜在购买者，增强中间商的接受程度，这是产品\_\_\_\_\_的营业推广目标。（ ）  
A.介绍期  
B.成熟期  
C.成长期  
D.衰退期
- 10.某品牌产品在非促销期间的边际利润为 4 元，每天的正常销量为 1500 瓶。如果促销活动期间每瓶的促销费用为 1 元，在促销期间每天需要达到\_\_\_\_\_才能补偿促销活动的成本并保证每天的利润。（ ）  
A.2000 瓶  
B.1650 瓶  
C.1800 瓶  
D.3000 瓶
- 11.核心商圈的顾客比例为（ ）  
A.35%~55%  
B.55%~65%  
C.55%~70%  
D.60%~80%
- 12.把某一领域的技术方法有意识地移植到另一领域的营销策划创意技巧方法是（ ）  
A.原理性移植  
B.结构性移植  
C.方法性移植  
D.技术性移植
- 13.突出特色是\_\_\_\_\_所具备的主要特征。（ ）  
A.超市  
B.零售店  
C.专卖店  
D.购物中心
- 14.上海联华集团的企业理念“创造顾客”，它的策划定位属于\_\_\_\_\_模式。（ ）  
A.市场经营型  
B.抽象目标型  
C.质量、技术型  
D.和谐、诚实型
- 15.\_\_\_\_\_属于企业外部行为识别。（ ）  
A.CIS 说明书  
B.员工手册

C.公司简报

D.公益文化活动

**二、多项选择题(本大题共 5 小题, 每小题 2 分, 共 10 分)**

在每小题列出的备选项中至少有两个是符合题目要求的, 请将其代码填写在题后的括号内。错选、多选、少选或未选均无分。

1. 属于企业营销外部环境影响因素的有 ( )

A.社会文化因素

B.人力市场因素

C.人口因素

D.政治、法律因素

E.竞争者

2. 营销策划书撰写技巧有 ( )

A.合理使用理论依据

B.适当举例说明

C.合理设计版面

D.注意细节, 消灭差错

E.运用图表帮助理解

F.充分利用数字说明问题

3. 产品包装策划的要素有 ( )

A.确定包装的形状与结构

B.确定包装的图案

C.包装的文字策划

D.包装的色彩策划

E.包装的标签策划

4. 企业避让恶性价格竞争的战略策划有 ( )

A.阻止进入的战略

B.反击战略

C.多点竞争战略

D.信号管理策略

5. 制造业物流可分为 ( )

A.采购物流

B.厂内物流

C.销售物流

D.废弃物回收物流

E.退货物流

**三、名词解释(本大题共 5 小题, 每小题 3 分, 共 15 分)**

1. 创意

2. 撇脂定价策略

3. 企业形象策划

4. 价格策划

5. 广告影响力

**四、简答题(本大题共 3 小题, 每小题 6 分, 共 18 分)**

1. 简述恶性价格竞争定义及其危害。

2. 简述产品推广策划中的创造需求的途径。

3. 经销商管理的政策有哪些?

### 五、论述题(本大题 12 分)

请论述产品生命周期各阶段对消费者的营业推广方式。

### 六、案例分析题(本大题 15 分)

#### 拒绝油炸，留住健康

2005 年 11 月，五谷道场方便面在央视发布广告，开启轰炸全国市场的战局，电视广告中，品牌代言人陈宝国一身《大宅门》里的白七爷装扮，将仆人端上来的一碗油炸方便面一掌掴开：“我不吃油炸方便面！”随后拿起五谷道场的方便面说道：“这才是非油炸的健康方便面！”画面最后定格在“拒绝油炸、还我健康”这样的字眼上。

五谷道场的广告一改花花绿绿的那些宣传口味的方便面广告，它直接将诉求定位到了方便面的健康上，并直接指出油炸方便面不利于健康，只有非油炸才是健康的，这对中国消费者来说是很新鲜的，而且还切合了广告消费者对食品安全的顾虑，很容易就抓住了消费者的心智，一下子在熙熙攘攘的方便面广告中脱颖而出。在大家如此关注食品安全的今天，健康无疑是有利的市场武器。“拒绝油炸，留住健康”广告在央视一套打出，一下炸响了油炸方便面市场，五谷道场知名度大增，五谷道场也成为了 2006 年食品行业的一匹黑马。

试分析“五谷道场”方便面的广告创新策略。